Régionales : La Droite s'organise

Éliane Bareille, chef de file des Républicains et de l'UDI dans les Alpes-de-Haute-Provence, prépare son projet électoral

Sa nomination comme tête de liste bas-alpine des Républicains pour les Régionales, date de presque'un mois déjà. Éliane Bareille, conseillère régionale sortante, a choisi de faire le point sur son projet, à Manosque. "*Nous sommes en pleine élaboration de notre projet et nous attendons des citoyens qu'ils nous fassent remonter leurs attentes. Pour cela, nous proposons un questionnaire aux habitants que nous rencontrons*". Pour le distribuer, les Républicains battront la campagne de marchés en fêtes, jusqu'au mois de septembre, avant la mise en place de réunions publiques à la rentrée.

Cinq thèmes ont été définis : le premier rassemble l'économie, l'agriculture et l'emploi ; suivent l'aménagement et les transports ; l'éducation, la jeunesse et les sports ; la politique de la santé et du cadre de vie ; et enfin, l'image de la région et le développement durable.

"*Je me suis entourée de gens compétents et j'ai essayé d'avoir un maximum de jeunes pour avoir un renouveau*, souligne Éliane Bareille. *Ce sera mon dernier mandat, c'est pourquoi je veux que certains trouvent une certaine légitimité*", précise-t-elle, flanquée de Stéphanie Colombéro, conseillère départementale, Bérengère Bonnafoux, responsable des Jeunes Républicains, Camille Galtier, son adjoint, Eddy Denis, responsable des Jeunes actifs, David Gehant, conseiller municipal d'opposition à Forcalquier, ainsi que Jacques Brès, conseiller départemental UDI. Celui-ci annonce "*son soutien, sans condition à Éliane, une amie. Élus départementaux et régionaux sont complémentaires*". Il glisse : "*Je crois que dans les postes éligibles, il y a une place pour l'UDI, c'est un très bon partenariat*". Plus tôt, Éliane Bareille avait annoncé que la constitution de la liste serait sans doute achevée fin septembre, et qu'elle "*sera constituée de la représentation des territoires ; de nos amis de l'UDI*".

> "Plutôt que démocratie participative, nous parlons de participation des citoyens".


Conseillère régionale sortante, Eliane Bareille rassemble des jeunes Républicains et Jacques Brès, élu UDI. / PHOTO E.F.

Évoquant son bilan, Éliane Bareille martèle : "*Je me suis battue pour faire reconnaître la ruralité !*" Elle poursuit : "*Christian Estrosi est originaire de la Tinée où je suis née, qui a les mêmes problématiques que nous. Il les connaît autant que les problématiques urbaines*".

La chef de file des Républicains à cette élection entend mener l'action sur le développement économique : "*Les années antérieures, il y avait plus de dépenses de fonctionnement que d'investissements. Or, l'investissement est essentiel pour l'emploi ; la majorité sortante n'a pas assez mis l'accent sur l'économie. 6 % pour le Contrat de plan État-région, c'est très peu*".

Elle entend favoriser l'apprentissage, "*voie d'excellence pour le travail. Alors qu'une convention a été signée pour 43 000 apprentis, nous n'en avons que 28 000*".

Surtout, l'aménagement du territoire est à revoir : "*Certes, la convention de solidarité avec les départements alpins a le mérite d'exister, mais elle ne devrait pas avoir pour but de financer la rénovation des routes. On a des infrastructures lourdes à mettre en place, il ne s'agit pas de faire du saupoudrage d'entretien. Il faudrait faire quelque chose, pour sécuriser le col de Larche, par exemple. Globalement, l'accès à nos stations de ski ne correspond pas aux besoins, le gabarit des routes est insuffisant*". Ce qui l'amène à l'A51, dont "*la poursuite est une nécessité*". Et s'il ne s'agit pas d'une compétence régionale, peu importe : "*On peut avoir un rôle incitatif, en relevant les problèmes et en essayant de faire passer le message*". Le premier sondage sur ce scrutin donne un fort pourcentage au Front national... "*Si les agriculteurs veulent voter FN, c'est qu'on n'a pas été assez à leur écoute. Ce serait un comble : le FN est contre l'Europe, quand les agriculteurs ne peuvent pas vivre sans la Politique agricole commune*".

> "La poursuite de l'autoroute A 51 est une nécessité".

Emmanuelle FABRE

Et les autres ?

Impossible de ne pas évoquer certaines personnalités du parti prêtes à tenter l'aventure... Daniel Spagnou ? "*Je pense avoir fait la preuve que je suis consensuelle. Je n'ai pas de problème avec Bernard Jeanmet-Péralta, ni avec Jean-Claude Castel. Daniel Spagnou a dit qu'il ne partirait pas mais il m'a transmis sa contribution*". Michel Lanfranchi (président départemental du parti) ? "*Il a dit qu'il me soutiendrait. Il n'y a pas plus de problèmes avec lui qu'avec les autres*".

E.F.

Un mode d'emploi pour l'attractivité du territoire

Inciter des entreprises de filières ciblées à venir s'installer sur le département est essentiel à sa vitalité. Un objectif prioritaire de la Mission de développement économique (MDE) qui a tenu lundi dernier son assemblée générale à Sisteron en débutant par un bilan 2014. Il apparaît que quinze nouveaux emplois ont été créés cette année-là grâce à l'implantation de trois sociétés : l'usine d'assemblage de voitures électriques Eon Motors à Malijai, le grossiste en matériel d'hôtellerie Ideria à Manosque et le centre de travaux Cofely Ineo à Sainte-Tulle. Dans trois ans, leur nombre d'emplois pourrait passer à 110.

Trois installations qui s'inscrivent parmi 39 projets suivis par la MDE en 2014. Si 20 d'entre eux ont été perdus ou abandonnés, 12 sont actuellement en cours d'accompagnement "*et pourraient générer 150 emplois à terme*", soulignait Camille Jankowski, directrice de la MDE. À noter que 22 entreprises ont visité ce qui représente 57 % des projets et atteste, "*d'un intérêt de chefs d'entreprises vis-à-vis de notre territoire.*"

> "On relève des prix élevés par rapport à Aix et Pertuis"
>
> C. JANKOWSKI AU SUJET DES LOCAUX


La Mission de développement économique a tenu lundi dernier son assemblée générale. Parmi les axes de stratégie pour 2015 : le marketing territorial. / PHOTO M.L.

L'analyse des 20 projets perdus révèle plusieurs causes à leur abandon. L'emplacement géographique figure en bonne place. Même si le territoire est traversé du nord au sud par l'A51, ne pas être situé sur des axes majeurs (Paris/Lyon, Marseille), demeure un frein à l'implantation. Les entreprises cherchent des sites à proximité immédiate des grandes agglomérations, de nombreux porteurs de projets ne souhaitent pas visiter des sites au nord de Manosque. L'autre grande raison concerne l'offre de locaux commerciaux. Si l'offre est abondante sur les bureaux à louer de 100 et 200 m², le territoire compte peu de locaux de grande taille. D'autres sont vieillissants et pénalisants vis-à-vis de l'image.

"*On relève également des prix élevés par rapport à Aix et Pertuis. En étudiant la concurrence, plusieurs sont mêmes comparables à la métropole marseillaise à certains endroits.*" En outre le territoire compte peu de bureaux neufs disponibles tout de suite. À cet égard, le projet de locaux neufs porté par la Caisse d'épargne sur le Technoparc de Manosque constituera un bol d'air.

L'enjeu est de taille, car l'immobilier d'entreprise joue un rôle moteur, la création de nouveaux bâtiments stimule la demande. Les deux cabinets de prospection de la MDE apportent un volume conséquent de projets. Actuellement, la société Sifam (Saint-Laurent-du-Var) demande un local de 3 000 à 5000 m², "*on a trouvé mais le bâtiment est ancien*", et Home box (leader self stockage) cherche aussi à s'installer.

En introduction de l'assemblée générale, le président Roland Gomez a insisté sur l'importance du marketing territorial (voir encadré) qui figure même comme l'un des axes stratégiques du plan d'actions 2015 de la MDE aux côtés de la prospection.

Maxime LANCESTRE

> **39**
> projets suivis par la MDE en 2014

"Marketing territorial"

Cette assemblée générale était surtout orientée sur le marketing territorial. Un terme qui désigne la promotion d'un territoire en vue d'inciter les entreprises à s'y installer ou les existantes d'y rester. Le concept part d'un constat simple : chacun réalise sa promotion de façon déconcertée. "*Or, si nous travaillons tous ensemble, nous pouvons mutualiser et rationaliser les moyens*", reprend Camille Jankowski. Il s'agit de communiquer tous ensemble d'une même voix, comme pourrait le faire une entreprise telle que Volvic, avec l'image des volcans d'Auvergne. D'ailleurs c'est ce que vient de faire cette région en créant la marque "Auvergne nouveau monde". Autre exemple : la marque "I'm Amsterdam" qui regroupe 57 partenaires. Grâce à ce concept, ce sont 56 logos de moins lors de salons ou événements. "*Nous avons décidé tous ensemble de revendiquer les valeurs du territoire.*"